

POSITIVE IMPACT REPORT



HUFTER
PROOF
AGENCY

BUENA
PARTE
ANNO



EEN *DEEPDIVE* IN ONZE IMPACT

“HET WERK VAN BUENAPARTE IS CREATIEF EN OPVALLEND. DAT HEEFT ZEER ZEKER BIJGEDRAGEN AAN EEN GESLAAGDE ONTDEKDAG. BUENAPARTE HEEFT HET MAXIMALE UIT HET BESCHIKBARE BUDGET GEHAALD EN MISSCHIEN WEL MEER DAN DAT. DE SAMENWERKING VERLIEP HEEL SOEPEL EN DEADLINES WERDEN GEHAALD.

Paul Loonstra

Communicatieadviseur Klimaatadaptatie gemeente Groningen



PART OF OUR JOURNEY / 6
IMPACT? / 10
INTERNE IMPACT / 22
HUFTERPROOF AGENCY / 52
IMPACT VIA KLANTEN / 56
IMPACTDOELEN / 68
JA EN NU WAT?! / 72

THE BUENA PART OF OUR JOURNEY

Hallo lezer,

Wat te gek dat je ons Impact Report voor je hebt liggen. Dat betekent dat je ons al goed kent of nieuwsgierig bent naar ons. En laat dat nou precies ons vertrekpunt zijn in zoveel dingen die we doen en in de keuzes die we dagelijks maken: nieuwsgierigheid. Nieuwsgierig naar de directe wereld om ons heen en de wereld hier ver vandaan. Nieuwsgierig naar de wereld van onze opdrachtgevers, hun uitdagingen en vraagstukken. Nieuwsgierig naar waarom mensen de keuzes maken die ze maken en de psychologie achter dit gedrag. Maar ook nieuwsgierig naar onze eigen keuzes, ons kunnen, onze dromen en onze invloed. Naar of datgene waar we elke dag aan werken een positieve impact heeft op de wereld, hoe groot of klein deze wereld ook is. De belevingswereld van een collega, opdrachtgever, potentiële medewerker of klant of juist de wereld als geheel.

Die nieuwsgierigheid drijft ons om op onderzoek te gaan. We brachten afgelopen jaar onze duurzame ambities in kaart op het gebied van beleid, milieu, onze medewerkers, de community en onze opdrachtgevers. Een reis waarin we van alles te weten kwamen en die ook meer vragen opwierp. Een zoektocht naar onze échte drijfveren en de meetbare impact. We wisten al dat we goed op weg waren, maar nu weten we ook hoe we de reis met elke stap nog beter kunnen voortzetten. In dit verslag lees je hoe wij samen met onze opdrachtgevers en buenapartners, met de juiste intenties en keuzes, een positieve impact maken.

We hopen je te inspireren ook die extra stap te zetten en zo de wereld elke dag een beetje duurzamer, eerlijker en socialer te maken.

Veel nieuwsgierigheid toegewenst!



Arnoud Evenhuis
Eigenaar-founder / Creative Director



ONZE MISSIE: EEN POSITIEVE IMPACT MAKEN OP MENS EN OMGEVING DOOR MENSEN TE VERBINDEN MET MOOIE, POSITIEVE EN HELDERE COMMUNICATIE.

Anderhalf jaar geleden schreeuwden we het al van de daken: wij zijn de eerste Hufterproof Agency ter wereld. Wat dat betekent? Dat we bewuste keuzes maken in opdrachtgevers en opdrachten om daarmee een positieve impact te maken op maatschappij en milieu. Sindsdien hebben we hard gewerkt aan het inzichtelijk maken van deze positieve impact en het vergroten ervan. Het B Impact Assessment hielp ons daarbij.

Op 8 februari 2024 zaten we bij de notaris om het dan ook eindelijk officieel te maken: onze missie is nu vastgelegd in de statuten van Buenaparte B.V. Een symbolisch moment, niet alleen als de bevestiging van onze missie, maar ook omdat het precies tien jaar geleden is dat Buenaparte opgericht werd.



Artikel 3.2 Doel/missie.

De Vennootschap tracht door middel van haar bedrijfsvoering en activiteiten een significante positieve invloed te hebben op de maatschappij en het milieu in zijn algemeenheid.

Artikel 13.1 Taak en bevoegdheden.

Bij de besluitvorming zal het Bestuur rekening houden met de sociale, economische, juridische of andere gevolgen van de bedrijfsvoering van de Vennootschap ten aanzien van (i) de werknemers, de dochtermaatschappijen en leveranciers, (ii) de belangen van de klanten van de Vennootschap en haar dochtermaatschappijen, (iii) de gemeenschappen en de samenleving waarin de Vennootschap, haar dochtermaatschappijen en leveranciers hun bedrijf uitvoeren, (iv) het lokale en globale milieu, en (v) de korte- en lange-termijnbelangen van de onderneming.

**KLAAR VOOR
WAT IMPACT!**



IMPACT IS HOT



Arnoud Evenhuis
Eigenaar-founder / Creative Director

26 JUNI 2023

Impact? Het is misschien wel het meest misbruikte marketingwoord van deze tijd. Ieder bedrijf en elke organisatie heeft er de mond vol van. Wij ook. We hebben het zelfs onderdeel gemaakt van ons koers: ‘Het is onze missie om een positieve impact te maken op mens en omgeving, door communicatie simpel, mooi en helder te maken.’ Maar, vraagt de kritische lezer zich nu af, maak je niet altijd bewust of onbewust impact? Groot of klein, positief of negatief? En hoe is impact überhaupt meetbaar?

De Dikke Van Dale omschrijft impact als “uitwerking, invloed of effect”. In het zakelijke gebruik dekt de term vaak een veel grotere lading. Het woord impact wordt te pas en te onpas gebruikt op bijvoorbeeld websites, in jaarverslagen en vacatureteksten van allerhande bedrijven. Je hebt impactvolle organisaties, maar ook trainingen met impact, impactvolle reizen en cursussen waarmee je je persoonlijke impact kunt vergroten. ‘Impact’ staat hierbij altijd voor iets goeds en positiefs.

Maar pas op, impact hoeft dus niet altijd positief te zijn. Je kan ook een negatieve impact op mens en maatschappij, het milieu of je naasten hebben.

Wat wij doen om een positieve impact te maken op mens en omgeving

Sinds 2022 noemen wij onszelf een Hufterproof Agency. Dat betekent dat wij niet voor hufters werken en geen hufterige campagnes ontwikkelen.

Wij hebben, zo geloven wij, een ongeken- de verantwoordelijkheid richting consument, inwoner en maatschappij als het aankomt op het aanmoedigen van consumentisme, verleiding tot verslavingen en het verder naar de knoppen helpen van onze aarde met het aanprijzen van goedkope vliegtickets en het kopen van schade- lijke producten, om maar een aantal voorbeelden te noemen. Door weloverwogen keuzes te maken in opdrachtgevers en opdrachten maken wij inmiddels een groot verschil voor een duurzamere, socialere en eerlijkere wereld, hoe klein of groot die wereld ook is. Buenaparte werkt bijvoorbeeld voor opdrachtgevers als Verslavingszorg Noord Nederland, Politie, UWV, Het Noorden werkt door, TopDutch, Energy Ports, NOM en Up to us. Hiernaast zijn wij (mede)oprichters van positieve bewegingen als Happy Plantsoen, Positive Propaganda en Awesome Groningen.

Ook in onze bedrijfsvoering proberen we een positieve impact te maken: onze energieleverancier is Vandebron, we proberen zo min mogelijk met de auto te reizen, printen zo min mogelijk en dagen elkaar uit plasticvrij(er) te leven.

Maar is impact meetbaar?

Ja, impact is meetbaar, maar hóe meetbaar is afhankelijk van de situatie en het soort impact dat je wilt meten. Als je het hebt over de impact van een bepaald project, initiatief of programma, zijn er verschillende methoden en benaderingen om het te meten.

Het is belangrijk om duidelijke doelstellingen en meetbare resultaten te definiëren voordat je begint met het meten van deze impact. Dit zorgt ervoor dat je de juiste gegevens verzamelt en relevante conclusies kunt trekken over de effectiviteit van de inzet, het project of initiatief. En dát is precies wat wij hebben gedaan!

Wij zijn bezig met de certificering voor B Corporation

Een wat? Een B Corporation, ook wel bekend als B Corp, is een type bedrijf dat niet alleen gericht is op winst maken, maar ook op het leveren van positieve sociale en milieuprestaties. B Corp is een certificering die wordt toegekend

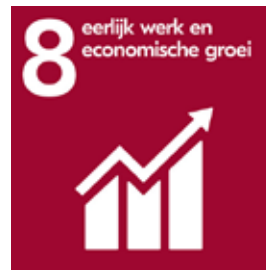
door non-profitorganisatie B Lab aan bedrijven die voldoen aan strenge normen van sociale en milieuprestaties, transparantie en verantwoordingsplicht.

Om een B Corp-certificering te behalen, onderga je als bedrijf een uitgebreide beoordeling van de impact op werknemers, klanten, leveranciers, gemeenschap en het milieu. Het doel is om ervoor te zorgen dat je als bedrijf een positieve impact hebt op de samenleving en het milieu en tegelijkertijd ethisch en verantwoordelijk handelt.

Waarom wij dit traject gestart zijn? Eerlijk gezegd eerst voor het label zelf. Maar naarmate we dieper in de materie doken, wilden we dit meer en meer om onszelf te evalueren en onze daadwerkelijke impact te meten op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijke betrokkenheid. Sterker nog, door dit proces te doorlopen geloof ik dat we nog meer manieren hebben gevonden om meer impact te maken.

ONZE SDG'S

Onze eigen impactstrategie richt zich op vier Duurzame Ontwikkelingsdoelen (ook wel Sustainable Development Goals of SDG's). Deze verankeren we elke dag meer en meer in onze bedrijfsstrategie.



Buenaparte vindt het belangrijk om bij te dragen aan goede en laagdrempelige educatie. We delen op verschillende manieren onze kennis met anderen.

Blogs schrijven

Op onze website publiceren we eens in de zoveel tijd een blog met daarin onze kijk op verschillende zaken. Deze blogs dienen als kennisgeving en inspiratie.

Stagiaires en junioren aannemen

Om de nieuwe generatie zoveel mogelijk kansen te bieden, werken we graag met stagiairs. We besteden veel tijd aan het opleiden en nemen ze mee in het hele werkproces van Buenaparte. Stagiaires van mbo, hbo en universiteit zijn allemaal welkom. We bieden één stageplek per periode, om de stagiair zoveel mogelijk persoonlijke begeleiding te kunnen bieden. Daarnaast kiezen we ook vaker voor het aannemen van een junior in plaats van een senior. Dit maakt de drempel voor iemand die net is afgestudeerd lager om de sprong te maken naar het werkveld.

Lezingen geven

We geven regelmatig lezingen waarin we onze kennis delen met derden. Dit kunnen scholen zijn, maar ook mensen die al in het vak zitten.

Evenementen organiseren

We nemen deel aan verschillende initiatieven om kennis te delen. Dit kan onze eigen kennis zijn, maar we faciliteren ook kennisdeling door anderen. Dit doen we bijvoorbeeld met Fraaiday. In dit eigen concept duiken we met geïnteresseerden in een bepaald aspect van het marketing- en communicatie-werkveld. Ook faciliteren we schoolbezoeken en maken toekomstige designers kennis met onze manier van werken via de Open Agency Night.

Opdrachtgevers

We werken samen met verschillende opdrachtgevers die zich inzetten voor betere educatie. Dit zijn de Rijksuniversiteit Groningen, Het Noorden Werkt Door en Skills Pay The Bills.

KPI's en doelen

- **Onze website voor 2025 digitaal toegankelijk.**
- **Jaarlijks 2 stagiairs begeleiden.**
- **15 dagen per jaar voor persoonlijke groei.**





Werkgeluk staat bij Buenaparte hoog in het vaandel. Het is onwijs belangrijk dat we plezier hebben in ons werk en dat hangt af van veel factoren. Een fijne en veilige werkomgeving is van cruciaal belang om te zorgen voor de tevredenheid en productiviteit van onze mensen. Dit leidt niet alleen tot het allerbeste resultaat, maar ook tot een plek waar iedereen zich welkom voelt.

Werkmogelijkheden

Flexibele werkmogelijkheden, zoals de mogelijkheid om werktijden aan te passen, thuis te werken en onbeperkt vakantiedagen op te nemen, dragen bij aan het welzijn van onze mensen. Dit biedt de mogelijkheid om je werk-privébalans te beheren en beheersen, waardoor je beter in staat bent stress te reduceren en je te kunnen concentreren op je taken.

Check-in

Iedere ochtend beginnen we de dag met een check-in: de “baksteen, diamant, wat is er met je planning aan de hand”-methode. Zo weten we hoe iedereen ervoor staat, hoe het met iemand gaat en wie eventueel wat (onder)steun(ing) kan gebruiken. Ook wordt van iedereen de planning besproken zodat we allemaal op de hoogte zijn van de dagelijkse werkzaamheden.

F*ck groei

We kiezen ervoor niet te veel te focussen op groei.

Dit heeft verschillende redenen:

- Kwaliteit boven kwantiteit
- Behoud van de bedrijfscultuur
- Betere controle

- Focus op klanttevredenheid
- Meer ruimte om écht impact te maken

Equal pay for equal value

We hanteren een vaste salarisladder voor onze profielen: Projectmanager, Vormgever, Ontwerper en Art Director. De schaal is vervolgens verdeeld in niveaus: junior, junior+, medior, medior+ en senior. De salarissen worden bepaald op basis van ervaring, niet op leeftijd, geslacht en aantal werkzame jaren. Halfjaarlijks vindt er een evaluatiegesprek plaats waarbij de medewerker zichzelf evalueert. Op dat moment wordt ook het salaris en de herwaardering besproken.

KPI's en doelen

- **Bijhouden hoeveel tijd wordt besteed aan niet-werkgerelateerde activiteiten. We stellen als doel dat dit gelijk blijft of meer wordt.**
- **F*ck (interne) groei meetbaar maken → met hetzelfde team meer impact maken door te werken aan impactvollere projecten en opdrachtgevers.**
- **Opstellen van competenties per profiel en niveau.**



De leefbaarheid en duurzaamheid van steden en gemeenschappen vormen de kern van onze inzet. Wij geloven sterk in het creëren van veilige, inclusieve en groene stedelijke omgevingen. Dit doen we door actief bij te dragen aan projecten en initiatieven die de kwaliteit van leven verbeteren.

Initiatieven en samenwerkingen

Wij zetten ons in voor duurzame ontwikkeling door het opzetten van eigen projecten zoals Happy Plantsoen en Positive Propaganda. Ons commitment blijkt uit samenwerkingen met lokale overheden zoals de gemeente Groningen, bijvoorbeeld in het ‘tegelwippen’ project in de gemeente en het vergroenen van Hoogkerk, en samenwerkingen met organisaties zoals Groningen Bereikbaar en RIEC. Ook werken we samen met TopDutch, Ondernemersfonds Groningen, de bedrijvenverenigingen van Groningen en woningstichting Wierden en Borgen om de stedelijke ruimtes te verbeteren.

Vrijwilligerswerk en impact

Door actief deel te nemen aan vrijwilligersinitiatieven zoals Nieuwe Gevers, zetten we onze kennis en vaardigheden in voor de gemeenschap. Deze activiteiten weerspiegelen onze toewijding aan maatschappelijke betrokkenheid en duurzame ontwikkeling.

KPI's en doelen

- **Een specifiek aantal uren toewijzen aan vrijwilligerswerk en eigen initiatieven.**
- **Het meten van de impact en succes van onze projecten, met een streefdoel dat 70% van onze campagnes succesvol is in het bevorderen van duurzame stedelijke ontwikkeling.**

Samenwerking is cruciaal om de duurzame ontwikkelingsdoelen (SDG's) te bereiken. Wij streven ernaar om via partnerschappen onze impact te vergroten en gezamenlijke doelen te realiseren.

Samenwerken voor impact

Samenwerking met impactgedreven organisaties is essentieel. We verenigen krachten met organisaties zoals TopDutch, Het Noorden werkt door, alsook diverse zorginstellingen en bedrijven als Energy Ports en Enstall, die bijdragen aan verschillende duurzaamheidsdoelen, om hun missie te vergroten en boodschap uit te dragen.

Lokale Buenapartners

Meer dan 90% van onze Buenapartners zijn gevestigd in Noord-Nederland. Deze strategische keuze versterkt de lokale economie, vermindert logistieke voetafdrukken en bevordert gemeenschapszin. Door samen te werken met lokale partners kunnen we snel schakelen, persoonlijke relaties opbouwen en gezamenlijk investeren in regionale duurzaamheidsinitiatieven. Deze benadering stimuleert niet alleen de lokale economie, maar draagt ook bij aan een robuuster, meer betrokken en duurzamer zakelijk ecosysteem.

KPI's en doelen

- **Toewijden van 20-30% van onze omzet aan Buenapartners.**
- **Handhaving van het streven naar meer dan 90% lokale partners.**
- **100% van ons klantenbestand draagt actief bij aan één of meer SDG's.**
- **Het verhogen van het aantal certificaten voor 'hufferproof' organisaties, met als doel het creëren van een meer inclusieve en duurzame zakelijke gemeenschap.**

**“OP DE SAMENWERKING MET BUENAPARTE
ZIJN WIJ TROTS. ELKE KEER OVERTREFT HET
EINDRESULTAAT AL ONZE VERWACHTINGEN!”**

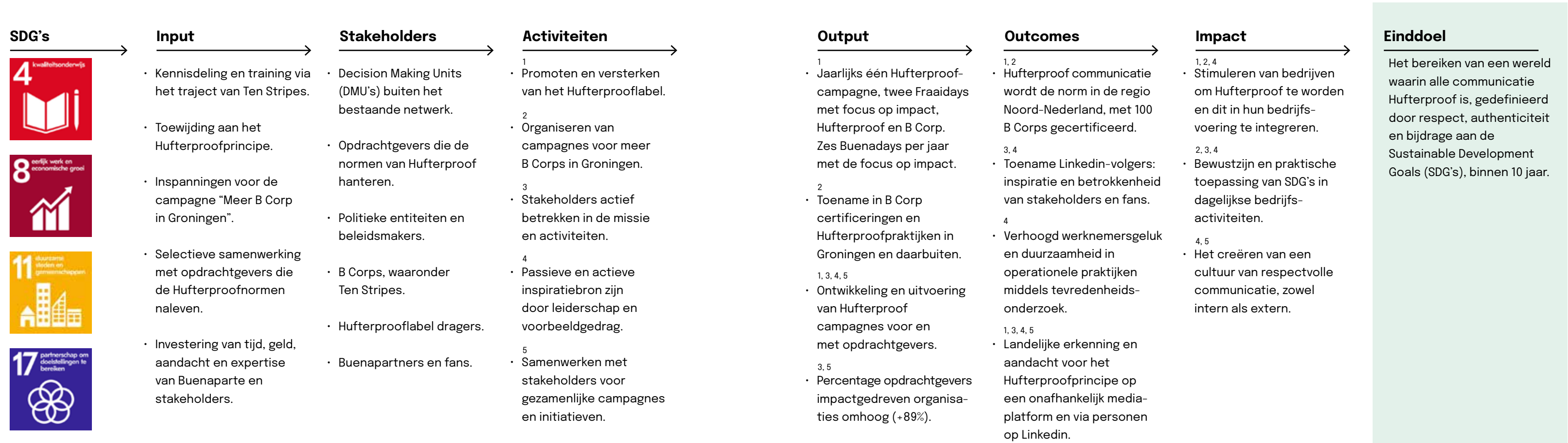
Johanna Koster

Adviseur Arbeidsmarktcommunicatie Lentis



THE THEORY OF CHANGE

De Theory of Change is onze routekaart voor impact. Wij gebruiken het om te verklaren hoe en waarom de stappen die we nemen leiden tot de grote verandering die we willen zien. Met dit model tekenen we het traject van actie naar resultaat, waarbij we elk onderdeel onder de loep nemen om te zien hoe het bijdraagt aan het geheel. We beginnen bij de SDG's waar wij ons het meeste mee bezig houden. Aan het eind staat ons einddoel. In de tussenstukjes kun je zien welke stappen we nemen om dit doel waar te maken. Deze aanpak helpt ons niet alleen onze strategie te verfijnen, maar maakt ook voor iedereen die betrokken is duidelijk hoe hun bijdrage het grotere plaatje beïnvloedt.



INTERNE IMPACT





Elke kleine stap is vooruitgang.

- We kopen zoveel mogelijk lokaal in en werken samen met impactondernemingen als VanHulley, Omapost en lokale horeca.
- We zijn lid van Impact Noord en zetten ons actief in voor het vergroten van de groep impactondernemingen.
- In plaats van een standaardgeschenk zoeken we creatieve invullingen voor de échte kerstgedachte, waarbij we sociale ondernemingen en lokale producten betrekken
- We werken samen aan onze zogeheten impactinitiatieven. Daarover meer op pagina 44.
- Waar het kan spreken we over onze missie. We doen mee aan Open Agency Night, de bedrijventocht van de Hanze, jureren bij BusinessMatch Groningen, spraken over Hufferproof Agency bij Club Creatives en geven lezingen op diverse opleidingen.

BELEID EN IMPACT VOOR ONZE MENSEN

Om het interne beleid, de omgangsnormen en cultuur inzichtelijk te maken hebben we de zogeheten Buenabible ontwikkeld. Hierin vind je alles terug: van salarishuis en verlofregelingen tot social media richtlijnen en regels voor een veilige en fijne werkomgeving. Hieronder benoemen we een aantal opvallende punten uit dit document.

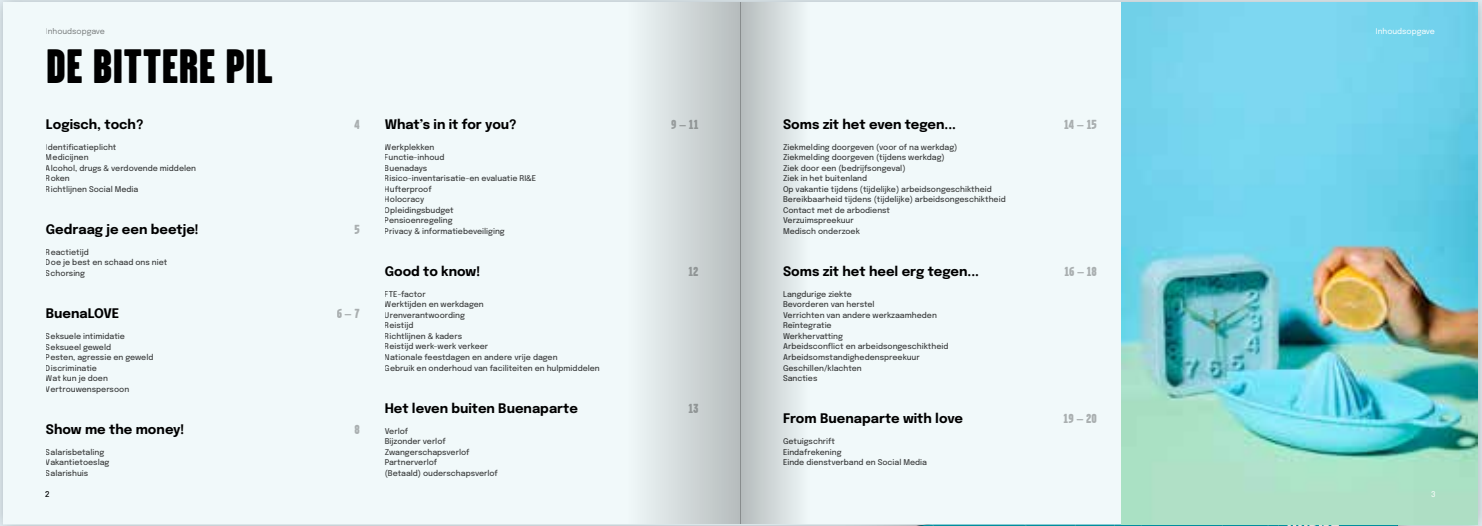
Huftervrije Cultuur

We werken niet met en niet voor hufters. Dit betekent dat we nooit opdrachten aannemen waar we niet achter staan. Verkopen ze bullshit, gebakken lucht of kunnen ze niet waarmaken wat ze zeggen? Dan werken wij niet voor ze. Verkopen of maken ze iets, wat jij nooit aan een door jou geliefd persoon zou aanraden? Dan kunnen we er niet voor staan en willen we er ook niet voor werken.

Wij hebben respect voor de opdrachtgever en verwachten ook dat de opdrachtgevers, en hun medewerkers, ons met respect behandelen. Ook als tijdens een opdracht blijkt dat wij disrespektvol behandeld worden, zijn we bereid een samenwerking te verbreken.

Onbeperkte vrije dagen

Bij Buenaparte heb je een onbeperkt aantal vrije dagen. Je bent zelf verantwoordelijk voor het opnemen van vakantiedagen en kan dus zelf beslissen over de hoeveelheid. Je kan, wanneer je niet lekker in je vel zit of stress ervaart, makkelijker een aantal dagen rust pakken en hoeft je vakantie-dagen niet door te rekenen voor het gehele jaar. Heeft je kind een toneelvoorstelling, wil je wat eerder weg in verband met een weekendje kamperen of heb je een wel hele leuke lezing waar je naar toe wil? Doen, mits de planning het toelaat. Daarnaast is de afspraak: als het om een langere periode vrije dagen gaat wordt dit collectief overlegd met het team en wordt er gekeken of de werkzaamheden het op dat moment toelaten. Op deze manier ontstaat er een gezamenlijke verantwoordelijkheid.



Opleidingsmogelijkheden

Bij Buenaparte hebben we niet een vast opleidingsbudget per jaar. Echter stimuleren we heel graag (persoonlijke) ontwikkeling. In overleg is het dus zeker mogelijk actief met je persoonlijke ontwikkeling aan de slag te gaan. Maak dit bespreekbaar.

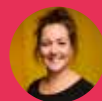
Buenadays

Eens per maand organiseren we een Buenaday, waarin we ruimte creëren voor bijscholing, teambuilding en inspiratie. Ook eigen initiatieven zijn altijd welkom om invulling te geven aan een Buenaday.



“ In het verleden heb ik altijd voor bedrijven gewerkt die puur gedreven werden door groei en geld. Buenaparte heeft me geleerd dat het ook anders kan; Dat je als bedrijf zelf bepaalt hoe je je geld verdient en dat je bewust kunt kiezen voor het creëren van een mooiere (huftervrije) wereld om je heen.

Dat je zo trots kunt zijn op je werkgever is iets wat ik voorheen nooit voor mogelijk heb gehouden.



Lieze Bouma
Strategisch Projectmanager

“ Bij Buenaparte krijg ik elke dag de kans om te werken aan opdrachten die de wereld een klein beetje beter of leuker maken. Juist dat soort projecten, die een positieve impact maken, zijn de opdrachten waar ik het meeste voldoening uit haal.

De combinatie van ons type klanten, de creatieve vrijheid en de focus op conceptueel werk zorgde ervoor dat ik niet lang hoefde na te denken om te solliciteren bij Buenaparte.



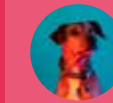
Thijs van den Broek
Art Director

“ Na een halfjaar stage bij Buenaparte zijn onze wegen kort gescheiden geweest, maar dat kon nooit lang zo zijn. Nog voordat ik mijn studie CMD had afgerond, had ik mijn warme plekje alweer teruggevonden bij Buenaparte.

Waarom ik terug kwam? Waarom niet! Je krijgt hier een bak positieve energie, veel vrijheid en werkt aan impactvolle opdrachten. En dat allemaal met leuke samenwerkingen waardoor we tot de beste creatieve ideeën en uitwerkingen komen.



Jacco Kazemier
Vormgever en motion designer



Pico
Chef knuffelkont

“ Woef

“ Buenaparte is wat mij betreft het perfecte voorbeeld van hoe je als (communicatie)bedrijf je verantwoordelijkheid kan nemen. Het geeft mij ontzettend veel voldoening om iedere dag opnieuw impact te kunnen maken tijdens mijn werk.

Daarnaast is Buenaparte een onwijs warm bad geweest, wat mij als junior de kans heeft gegeven om te kunnen groeien en heel veel te leren. Ook dat is wat mij betreft impact maken.



Celine Zeelen
Projectmanager

HOLACRACY VERANTWOORDELIJK EN VRIJHEID



Arnoud Evenhuis
Eigenaar-founder / Creative Director

Bij Buenaparte zijn de mensen het allerbelangrijkste. Daarom zetten wij stappen in holacracy®: zelfsturing en het werken vanuit rollen in plaats van functies. Anders dan in het ‘functie-werken’, kun je vanuit de rollen die jou goed passen (of die jij wilt verkennen) meewerken en meedenken in verschillende diensten en producten van de organisatie.

Zelforganisatie zorgt voor meer ondernemerschap. Holacracy is een vorm van zelforganisatie. Het biedt een set van spelregels voor besturing, besluitvorming en structurering van organisaties. Kenmerkend zijn het roldenken, de efficiënte werk- en roloverleggen en onderlinge gelijkwaardigheid. Een dagelijkse gewoonte voor organisaties die werken met Holacracy is het herkennen en benoemen van spanningen. Een probleem, verschil van mening of kans wordt gezien als een spanning, die als brandstof kan dienen voor de ontwikkeling van de organisatie. Zo beginnen wij elke dag met de dagstart: een kort rondje langs alle collega's waarbij we onze “diamant” en “baksteen” benoemen. Waar heb je energie van gekregen, wat maakt je blij en wat ligt je zwaar op de maag, waar zit je mee?

Op deze manier blijven we elke dag op de hoogte van wat er speelt bij elkaar, kunnen we geluksmomenten delen maar ook spanningen benoemen en samen eventueel wegnemen.

Naast dergelijke vaste patronen zorgt het ook voor duidelijke sturing binnen onze koers. In Holacracy is namelijk ‘het doel van de organisatie’ leidend en niet de CEO of een manager, Arnoud in dit geval.

Iedereen is vrij om ideeën in te brengen die ons helpen onze missie te volbrengen. Sterker nog, we moedigen elkaar aan met ideeën te komen en kijken vervolgens samen of en hoe we dit kunnen waarmaken. Zo hebben we allemaal inspraak op de koers van Buenaparte.

Deze vorm van organiseren brengt verantwoording, energie en vrijheid. Iedereen is vanuit zijn eigen rol ‘de baas’; over het eigen werk, zijn of haar cirkel, niet over andere mensen. Op deze manier draagt iedereen een steentje bij aan het succes en de impact van Buenaparte in de rol die jij zelf hebt gekozen. Dat zorgt voor balans, rust en een fijne wisselwerking.

Of we Holacracy helemaal toepassen? Nee. We hebben vooral spelregels en structuren geleend die voor ons goed werken. Uiteraard kunnen we hier nog stappen in zetten om dit verder te implementeren de komende jaren.



DE INCLUSIEVE EN DIVERSE KLAS

Iedereen doet ertoe.
Dat leren ze je op school. Toch?

Hopelijk staat het in je schoolvisie. En doen
meesters en juffen hun best om alle kinderen
en hun ouders zich welkom te laten voelen.
Een school waar iedereen zich thuis voelt,
is een belangrijke stap naar een samenleving
waar iedereen meedoelt.

Op deze zoekplaat vind je allerlei voorbeelden
uit de praktijk. Situaties waar je als
school over mag praten. In het team,
met de kinderen, met ouders.

Vind jij ze allemaal?

Dit is een uitgave van Stichting Kunst & Cultuur in het kader
van de landelijke regeling Cultuureducatie met Kwaliteit (CKK).

Bezoekadres Groningen: Post- en bezoekadres Assen:
Het Paleis, Boterdiep 117 De Nassauaan 5
9712 LM Groningen 9401 HJ Assen

0952 - 336 999
info@kunstencultuur.nl

Teksten: Bureau Kurk (Kirsten Sikkenma)
Redactie: Bas Hendrickx, Ananka Oosting,
Geke Stigman, Kirsten Sikkenma
Eindredactie: Leef in tekst (Lillian Edling)
Ontwerpen beeldconcept: Buenaparte
Illustratie: Anne Stalinski, Ellen Roof (Buenaparte)
Fotografie: Mariska de Groot, K&C

Nets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder
schriftelijke toestemming vooraf van Stichting Kunst & Cultuur.

Copyright © 2023, alle rechten voorbehouden



“SAMENWERKEN MET BUEANAPARTE IS
ALTIJD EEN FEESTJE! DE MEDEWERKERS
HELPEN ONS OP GEHEEL EIGEN WIJZE OM
EEN KRACHTIG VERHAAL TE VERTELLEN
DAT VOOR IEDEREEN TOEGANKELIJK IS.

Bas Hendrickx

Adviseur Cultuuronderwijs CMK Groningen



PARTNERSHIPS

Naast ons vaste team van strategen, conceptdenkers, projectmanagers en designers, stellen we voor elke onderneming, uitdaging of voor iedere droom die we nastreven, een toegewijd team samen. Zo zijn we wendbaar, kunnen we elke opdracht aan en gaan we geen uitdaging uit de weg.

91%

van onze Buenapartners komt uit Noord-Nederland

Wij zijn lid van:

Impact
Noord

YES

Design

Grafisch vormgevers
Grafisch ontwerpers
Webdesigners
Illustratoren

Motion

Filmmakers
Animators
Documentairemakers
3D artists

Omgeving

Gebiedsontwikkelaars
Architecten

Techniek

Webbouwers
Applicatiebouwers

Strategie en marketing

Online marketingbureaus
Marketingstrategen
Beïnvloedingspsycholoog

Bouw

Decorbouwers
Standbouwers
Technici
Beletteraars
Aannemers

Content

Tekstschrijvers
Fotografen
Journalisten
Voice-overs en componisten

Organisatie

Zelforganisatie professionals
Veranderingsproces professionals
Financieel adviseurs

VRIJWILLIGERSWERK

Normaal willen we dat iedereen onze campagnes ziet en hoort, maar wist je dat we ook stille kracht zijn? We hebben grijpstokken op kantoor waarmee we de buurt weer netjes en afvalvrij maken.

Naast onze afvalprikskills zetten we ook onze communicatieskills vaak belangeloos in. Zo droegen we ons steentje bij aan het initiatief Happy Plantsoen, denken we vrijblijvend mee over de uitdagingen van diverse partijen, zoals Green Side, en helpen hen met het zetten van stappen in het succesvol uitdragen van hun missie en boodschap.

De eerste stappen zijn gezet in vrijwilligerswerk. Komende jaren willen we dit verder uitbreiden met een aantal vaste vrijwilligersdagen per jaar. Helaas werd onze geplande vrijwilligersactiviteit in een lokaal buurthuis een aantal dagen voor aanvang afgeblazen door de organisatie.

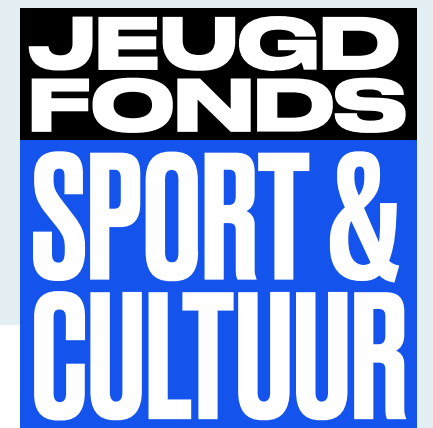
SPONSORING EN GOEDE DOELEN

We dragen graag een steentje bij. Daarom hebben we er voor gekozen om geen eindejaarsgeschenk te geven, maar de kosten hiervan te doneren aan het goede doel Jeugdfonds Sport en Cultuur.

Dit willen we voortzetten en uitbouwen in de komende jaren.

1500 EURO

gedoneerd aan Jeugdfonds Sport en Cultuur



DUURZAAM ONDERNEMEN. MAKKIE.

Bij Buenaparte inkopen? Dat doen we niet zomaar! We kiezen bewust voor partners dicht bij huis die, net als wij, duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan. En ja, daar mogen de kosten best een tikkeltje hoger voor zijn, tot 10% meer betalen we met een glimlach. Kleine moeite, makkie dus.

Lokaal en Duurzaam

Minstens de helft van wat we nodig hebben, halen we uit onze eigen Noord-Nederlandse achtertuin. We hebben een zwak voor lokale ondernemers die, net als wij, een groen hart hebben. Nieuwe leveranciers? Die mogen eerst even ons formulier invullen, zodat we zeker weten dat we op één lijn zitten.

Onze energiegelver?

Van Vandebron. 100% écht duurzame energie, opgewekt op Nederlandse bodem.

Dagelijkse benodigdheden

Voor de dagelijkse essentials zoals poepveeg, schoonmaakmiddelen en kantoorbenodigdheden zijn we zuinig en kieskeurig. Alleen als het echt moet, slaan we in, en dan natuurlijk zoveel mogelijk duurzaam.

Onze Drie Gouden Inkoopregels

Lokaal is Logisch: We shoppen het liefst in onze eigen buurt, bij voorkeur uit ons eigen netwerk. Groen of Ga Weg: Biologisch of circulair is de norm; zo niet, dan verwachten we een goede uitleg. B Corp = Beter: Onze voorkeur gaat uit naar B Corp-gecertificeerde producten, check dus even die lijst!

Afval scheiden als een pro

Thuis of op kantoor, ons afval krijgt altijd een eigen plekje. Papier, glas, restafval – alles gescheiden en geregeld, precies zoals het hoort.

1044,7 KM = 2 x 9 BOMEN
zakelijke autoritten dubbel gecompenseerd (192,2 kg CO₂)



Batterijen en kantoorbenodigdheden

Lege batterijen? Die verzamelen we en leveren we netjes in. Ook op kantoor leven we duurzaam, door afval te scheiden en verantwoord om te gaan met onze materialen.

Verantwoord computergebruik

Of je nu thuis werkt of op kantoor, we zorgen ervoor dat we onze digitale vrienden aan het einde van de dag uitzetten om energie te besparen.

Duurzaamheidsrapportage

Elk jaar zetten we samen onze milieuprestaties op papier, want transparantie over onze impact is voor ons een no-brainer.

Nieuwe gezichten

We zijn kieskeurig over wie er bij ons komt werken: nieuwe medewerkers moeten niet te ver van de zaak wonen, zodat ook onze carbon footprint beperkt blijft. Zo komt meer dan 80% lekker op de fiets naar kantoor!

Chef Klantgeluk

Onze Chef Klantgeluk houdt de vinger aan de pols van onze klanttevredenheid. Met zorgvuldige enquêtes en attenties zorgen we ervoor dat onze klanten zich altijd op hun gemak voelen bij Buenaparte.

B-CORP PROCES

B-CORP PROCES



Celine Zeelen
Project Manager

Ik werkte pas kort bij Buenaparte toen Arnoud zei dat hij graag wilde onderzoeken of wij misschien in aanmerking zouden komen om B Corp te worden. Ik had het label hier en daar wel eens voorbij zien komen, maar wat het precies inhield wist ik niet. Ik moet bekennen, toen ik er eenmaal in ging duiken bleef het nog steeds allemaal wat abstract.

B Corp zegt wat over de sociale impact die je maakt. Wat dat voor ons is, heb je op bladzijde 12 al kunnen lezen.

Als hufterproof-agency was Buenaparte hier natuurlijk heel bewust mee bezig, en waren er ook al heel veel stappen in de goede richting gezet. Maar het bleek al gauw dat we nog heel veel te winnen hadden.

Ik ben toen begonnen met het invullen van het assessment. Ons plan was in eerste instantie: assessment invullen, wachten op de controle en hopelijk kunnen we onszelf over een tijdje B Corp noemen.

Uiteindelijk liep het toch niet zo gestroomlijnd als we voor ons zagen. En dat is nou precies wat het hele proces zo leuk en leerzaam maakt.

Tijdens de weg naar de certificering toe hebben we veruit de meeste lessen geleerd. Over Buenaparte zelf, over hoe we impact kunnen maken en waar de kansen en mogelijkheden liggen voor ons. Zo werd het to-do lijstje voor dit proces langer en langer.

Naast het invullen van het assessment zijn we aan de slag gegaan met ons Impact Report, een beetje onze holy grail tijdens dit hele proces. Alles wat volgens ons van belang is hebben we hierin beschreven.

Het afgelopen jaar heb ik ook een heleboel Impact Reports gelezen van andere bedrijven. Ik zou iedereen aanraden om dat ook eens te doen. Het is zo leuk, leerzaam en interessant om een kijkje in de keuken te krijgen bij bedrijven die jou inspireren (of misschien totaal niet).

Maar met een Impact Report alleen waren we er nog niet. Op bladzijde 26 heb je ook al over onze “Buenabible” kunnen lezen. Vooral Lieze heeft hier erg hard aan gewerkt, en het is echt een waardevol document geworden. Het is fijn om iets te hebben waar je bij onduidelijkheden altijd weer op terug kunt vallen. Met zo’n document bezig zijn werkt eigenlijk twee kanten op. Los van dat we alles wat we al deden hebben gedocumenteerd, kregen we ook weer veel nieuwe inspiratie en inzicht in waar we nog steken lieten vallen.

En laten we de Theory of Change ook niet vergeten! Tijdens mijn opleiding (Bachelor Communicatie aan de Hanzehogeschool) kwam dit model al weleens voorbij. Ik was er alleen nog niet eerder zo serieus mee aan de slag geweest als voor Buenaparte. Tijdens een van onze Buenadays hebben we deze samen met ons hele team ingevuld. Je hebt hem op bladzijde 20 als het goed is al voorbij zien komen: onze routekaart voor impact. Van Sustainable Development Goals naar ons uiteindelijke, ultieme doel: “Het bereiken van een wereld waarin alle communicatie hufterproof is, gedefinieerd door respect, authenticiteit en bijdrage aan de Sustainable Development Goals (SDG’s), binnen 10 jaar.”

Uiteindelijk zijn we wekenlang bezig geweest met alles wat ik hierboven heb geschreven, en dan ben ik ongetwijfeld nog een hele hoop vergeten te benoemen. In januari hebben we uiteindelijk ons assessment afgerond en het is nu wachten op de controle van B Corp om te kijken of we de beoogde 94 punten die we tijdens het beantwoorden van de vragen hebben gehaald, ook echt toegekend krijgen. Bij een score van 80 punten of meer heb je je certificering binnen.

Ongeacht of we dat wel of niet halen (ik ga er stiekem gewoon vanuit dat het lukt), is het labeltje uiteindelijk niet het belangrijkste gebleken. Het hele proces heeft Buenaparte en mij inmiddels zoveel gebracht en zoveel geleerd. De uitslag van ons assessment doet daar niks meer aan af. Al zou het natuurlijk wel de kers op een overheerlijke taart zijn.

IMPACTINITIATIEVEN

Via onze eigen impactinitiatieven delen we onze kennis, unieke aanpak, oplossingen en resultaten in de hoop anderen te inspireren om in actie te komen, hun benadering en visie aan te scherpen en belangrijke gesprekken op gang te brengen. Of je nu onze Fraaiday bezoekt of besluit deel te nemen aan onze eigen initiatieven zoals Hufterproof Agency en Positive Propaganda, bij ons vind je ruimte om positieve verandering te stimuleren.

Inspiratie is tweerichtingsverkeer. We laten ons niet alleen inspireren door anderen, maar we werken ook actief samen met Buenapartners om synergetische samenwerkingen aan te gaan en innovatieve oplossingen te ontwikkelen. Samen zetten we stappen richting een toekomst waarin positiviteit en proactieve actie centraal staan. Doe mee en maak deel uit van deze inspirerende beweging!



1120

posters met een positieve-boodschap verspreid

21

nieuwe samenwerkingen met kunstenaars en beeldmakers

10

aangesloten Hufterproof Agencies

250+

ingevulde Hufterproeven

POSITIVE PROPAGANDA

Van nature zijn mensen positief en optimistisch. Alleen, door bakken slecht nieuws en oppervlakkige reclame die we dagelijks ongevraagd voorgeschoteld krijgen, vergeten we dat nog weleens. Positive Propaganda wil aandacht en ruimte maken voor goed nieuws, positieve berichten en mooie lokale projecten. Zodat mensen ruimte krijgen voor een positiever mens- en wereldbeeld.

Wij voegen waardevolle boodschappen toe. Minder goedkope reclame-knallers. Initiatieven uit de regio, blij nieuws en positiviteit knallen wij het straatbeeld in. Dit doen we door elke maand een groot deel van de outdoor reclame uit te kopen. Zo is er meer ruimte voor positiviteit en kunnen we veel inwoners bereiken met een positief gevoel en een glimlach.

Een podium voor lokale beeldmakers

Elke maand werken we samen met een aantal lokale (beginnende) beeldmakers zoals grafisch ontwerpers of illustratoren. Zo zorgen we voor zichtbaarheid van deze makers én kleuren we de stad met meer kunst en positiviteit op straat.

Maatschappelijke thema's belichten

Wij koppelen positieve beelden & boodschappen aan maatschappelijke thema's die gezien moeten worden. Maatschappelijke thema's, mooie plannen en positieve initiatieven kunnen worden aangedragen door wijkverenigingen, gemeente, bedrijven, bedrijvenverenigingen of (semi)overheidsorganisaties. De enige voorwaarde: positiviteit!

We leven in een tijd van verandering, van omwenteling. Bestaande structuren maken een transformatie door. De commons, de individuele burgers samen, nemen steeds meer terug in handen, denk aan boomspiegels, broodfondsen en energiecoöperaties. De meetbare efficiency samenleving loopt op z'n einde, het verlangen naar lokaal en de mens centraal wordt steeds groter.

Met Positive Propaganda sluiten we in Groningen aan op die verandering. Wij zorgen voor bottom-up buitenreclame, met een boodschap afkomstig uit de samenleving en gericht op een positieve bijdrage aan diezelfde samenleving. Positive Propaganda betekent niet alleen meer ruimte voor de commons in de buitenreclame, maar ook meer aandacht en momentum voor belangrijke thema's als samenredzaamheid, sociale verbondenheid en gezamenlijk eigenaarschap.



“IK WORD ZO VROLIJK VAN DE POSTERS IN DE STAD! DANK JULLIE WEL. IK VROEG ME AF OF HET MOGELIJK IS OM EEN POSTER TE KOPEN ALS PARTICULIER?”

- 21 beeldmakers meegedaan
- 250 kinderen meegedaan
- 1120 posters verspreid
- 190 instagramvolgers
- 13 nieuwsberichten door lokale pers
- 14 donaties ontvangen
- 162.420 bereikte mensen binnen de doelgroep
- 450.000+ contactmomenten

“WAARDEVOL OM MET DE KINDEREN BIJ TE DRAGEN AAN DIT PROJECT. BELANGRIJK OM HET ONDERWERP POSITIVE PROPAGANDA OP DEZE MANIER OP DE KAART TE ZETTEN.



FRAAIDAY

Dé meetup voor al jouw creatieve inspiratie! Een willekeurige ‘fraaiday’ in het jaar waarop we onze kennis met je delen, waarbij nieuwe connecties centraal staan, we concept en creatie met elkaar verbinden, zelf doen en denken wordt aangemoedigd en nieuwe dingen mogen ontstaan.

Onze eerste editie 2023 Hoe je met marketingpsychologie de wereld (een beetje) verbetert!

In het brein van je doelgroep gebeurt van alles. Wat zou het handig zijn als je die groep mensen de juiste kant op kunt sturen zonder het te benoemen...

Tijdens deze masterclass ging de wereld van marketingpsychologie voor een groep ondernemers, partners, studenten en klanten open. Ze ontdekten een aantal toffe beïnvloedings technieken, die ze nu kunnen toepassen in hun werk om de wereld een beetje mooier te maken. We gingen zelfs live aan de slag om hun marketing te verbeteren!

We leerden waarom je campagnes beter kunt laten starten aan het begin van een nieuwe maand, hoe het Cocktailparty-effect werkt bij fondsenwerving en hoe je zonder moeite meer mensen zonnepanelen laat aanschaffen.

Deze korte masterclass werd gegeven door Wendy Oude Veldhuis van Bureau Snugger. Wendy werkt al ruim 16 jaar als marketingstrateeg en beïnvloedingspsycholoog. Artikelen van haar hand worden o.a. geplaatst door Frankwatching, Marketingtribune, Adformatie en RTL Nieuws.

Het idee is om meerdere Fraaiday's per jaar te organiseren waarbij we alle geïnteresseerden uitnodigen om met ons mee te doen.



HUFTERPROOF AGENCY



Wij verkiezen
positieve impact
boven geld.

Helaas zijn er nog teveel creative agencies die bedrijven helpen met het verspreiden van boodschappen die misleiden, verleiden tot bijvoorbeeld verslavingen, of bijdragen aan de verwoesting van de aarde. Tijd voor een ander geluid vanuit de communicatie- en reclamewereld!

Marketeers, reclamemakers en ontwerpers hebben een ongeken­de verantwoordelijkheid richting consument, burger en maatschappij als het aankomt op het aanmoedigen van consumentisme, verleiding tot verslavingen en het verder naar de knoppen helpen van onze aarde met het aanprijzen van goedkope vliegtickets en het kopen van schadelijke producten, om maar een aantal voorbeelden te noemen.

Het Hufterproof Agency label

Dat kan én moet anders. Wij hebben daarom een nieuw label opgericht: het zogeheten Hufterproof Agency label. Hiermee toon je aan dat je als reclame- of communicatiebureau positieve impact verkiest boven geld. Het label is op zichzelf natuurlijk niets waard. We willen andere bureaus vooral bewust maken van hun impact. Door bewuste keuzes te maken in opdrachtgevers en opdrachten kan je namelijk een groot verschil maken voor een duurzamere, socialere en eerlijkere wereld. En natuurlijk mag je daar gewoon je geld mee verdienen.

We zetten hiermee een nieuwe prijs neer in de reeks prijzen die je reeds kan “winnen” als reclamebureau. In tegenstelling tot de vele prijzen waar je je voor in kan schrijven, en daarmee automatisch “wint” met je

“nominatie”, is dit een prijs die je wél tot een echte winnaar maakt. Samen veranderen we de reclamewereld.

Meedoen!

Meedoen is simpel én belangrijk. Ga naar www.hufterproofagency.com en doe de hufterproef. Ben je daadwerkelijk Hufterproof? Dan ontvang je het digitale keurmerk om mee te pronken op je website en een heus certificaat om op te hangen in je ontvangstruimte of kantine. Zodat iedere nieuwe opdrachtgever of medewerker weet dat ie te maken heeft met een Hufterproof Agency.

Bewustzijns­campagne

Zijn wij zelf het braafste jongetje van de klas? Met een blanco footprint en een voorbeeldig leven? Natuurlijk niet. Ook wij halen snacks in plastic bakjes (maar vragen wel of ze papier hebben). Rijden in een (net te) oude auto en eten soms vlees. Het gaat er om, dat we eerlijk ondernemen, eerlijk zijn tegen onszelf, tegen de maatschappij en tegen de wereld. Wij verkiezen positieve impact boven geld... óók als dat betekent dat we soms een opdracht moeten laten schieten.

Wij werken niet voor en met hufters. Wat betekent dat?



- **We nemen nooit opdrachten aan waar we niet achter staan.** Verkopen ze bullshit, gebakken lucht of kunnen ze niet waarmaken wat ze zeggen? Dan werken wij niet voor ze.
- **Verkoopt of maakt het bedrijf iets wat jij nooit aan een geliefde zou aanraden?** Dan staan we daar niet voor én werken we er niet voor.
- **Is het doel van de potentiële opdrachtgever discutabel?** Hebben ze bijvoorbeeld alleen oog voor grote winsten, en gaan ze daarvoor over spreekwoordelijke lijken? Of heeft het nadelige gevolgen voor mens of omgeving? Dan zijn wij daar geen onderdeel van zijn. (Klinkt vanzelfsprekend, maar denk eens aan al die gokreclames, greenwashing en purposewashing waar communicatiebureau's schaamteloos reclame voor maken.)
- **De opdrachtgever draagt bij aan 1 (of meerdere) SDG's.**
- **Wij gaan op een respectvolle manier om met onze opdrachtgevers en verwachten ook dat de opdrachtgevers en hun medewerkers ons met respect behandelen.** Als tijdens een samenwerking blijkt dat dit respect ontbreekt dan zijn we bereid een samenwerking te verbreken.

IMPACT OPDRACHT

**“WIJ HEBBEN VOOR BUENAPARTE GEKOZEN OMDAT
ZE OP EEN ZEER CREATIEVE MAAR OOK PRAKTISCHE
MANIER ONZE CAMPAGNE HEBBEN OPGEZET.**

Mitchell Mungroop
Economisch adviseur Gemeente Groningen

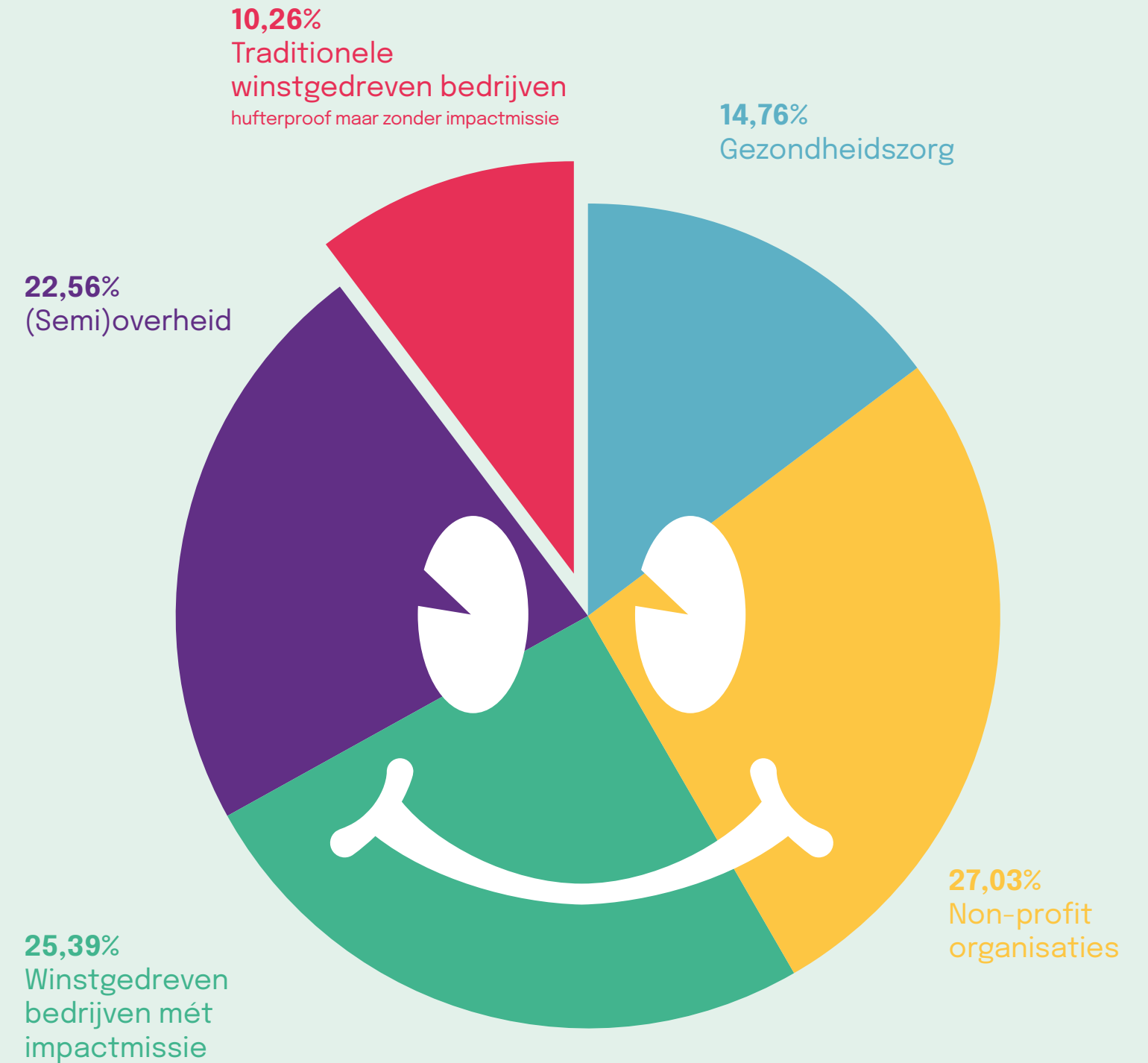
VIA GEVERS



IMPACT VIA OPDRACHTGEVERS

Wij werken met én voor te gekke mensen. Van idee tot uitvoering en van identiteit tot campagne. En dat altijd met een bak energie en met als doel een positieve impact maken. Bij zowel onze opdrachtgever zelf als hun doelgroep. Al onze opdrachtgevers zijn “hufteproof”.

89% van onze
opdrachtgevers is
impactgedreven en
draagt bij aan de SDG's.



CIJFERS LIEGEN NIET

+10.000

mensen verder geholpen bij werk



40.000

reisdagboeken in 2 maanden vergeven

WADDEN

1.300%

kortere wachttijd (van 80 min naar 6 min)

dokterfwacht
Friesland

**“IK WERK GRAAG MET BUENAPARTE
SAMEN OMDAT ZIJ AARDIGE EN FIJNE
MENSEN ZIJN. DAT ZE HUFTERPROOF
WERKEN VIND IK UITERAARD EEN HELE
FIJNE BIJKOMSTIGHEID.**

Marc Bakker
Buenapartner BUROTIJS

Onze website heeft een

CARBON RATING B

beter dan 77% van alle websites wereldwijd



700%

meer bezoekers op topdutch.com

TOPDUTCH
Naturally leading the transition

**“BUENAPARTE IS ONS CREATIEF GEWETEN,
ONMISBAAR IN HET VERTALEN VAN
ONZE STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN
NAAR STERKE VISUELE EN STERKE
AUDITIEVE BOODSCHAPPEN.**

Simon Kloppenburg
Campagneleider TopDutch





Het voorkomen van voortijdige sterfte veroorzaakt door overdraagbare en niet-overdraagbare ziektes en psychische problemen staat hoog op de VN-agenda. Het aanpakken van roken, overgewicht en problematisch alcoholgebruik kan de gezondheid van veel Nederlanders verbeteren.

Verzeker een goede gezondheid en promoot welzijn voor alle leeftijden

Onze opdrachtgevers

- Diagnostics
- Dokterswacht Friesland
- Dokterszorg Friesland
- EMDR-kit
- ErgoXS
- Lentis
- NVMT
- Score
- VNN
- Zonnehuisgroep Noord
- ZorgpleinNoord



Adequaat onderwijs is voor mensen in alle leeftijdscategorieën en in alle levensfasen van belang, van voorschoolse educatie tot ‘een leven lang leren’. Onderwijs zorgt ervoor dat de werkenden over vaardigheden beschikken om te kunnen functioneren in een kennisintensieve omgeving.

Verzeker gelijke toegang tot kwaliteitsvol onderwijs en bevorder levenslang leren voor iedereen

Onze opdrachtgevers

- Hanzehogeschool Groningen
- Rijksuniversiteit Groningen
- Stichting Kunst en Cultuur



Economische groei is pas duurzaam als kapitaal, arbeid en grondstoffen verantwoordelijk worden ingezet en als winsten en inkomens eerlijk verdeeld worden tussen burgers en bedrijven.

Bevorder aanhoudende, inclusieve en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen

Onze opdrachtgevers

- Flott
- Forzes
- Het Noorden werkt door
- Inzet.nl
- Marketing Groningen
- Multiselect
- UWV
- Up to us



SDG 9 streeft ernaar de mobiliteit en infrastructuur te verbeteren, en de nadelen ervan – zoals tijdverlies als gevolg van files, onveiligheid in het verkeer en druk op het milieu – te verminderen. Ook moet het bedrijfsleven innoveren en verduurzamen.

Bouw veerkrachtige infrastructuur, bevorder inclusieve en duurzame industrialisering en stimuleer innovatie

Onze opdrachtgevers

- European Digital Innovation Hub Northern Netherlands
- Enstall
- Energy Ports
- Groningen Bereikbaar
- NOM
- TopDutch



Het aanbod van betaalbare woningen bepaalt waar mensen gaan wonen, naast de werklocatie en sociale relaties. Beweging op de woningmarkt is belangrijk voor starters en doorstromers. Buitenshuis is een gezonde en veilige leefomgeving van belang.

Maak steden en menselijke nederzettingen inclusief, veilig, veerkrachtig en duurzaam

Onze opdrachtgevers

- Duurzaam Groningen
- Gemeente Groningen
- Provincie Groningen
- Provincie Noord-Holland
- Wierden en Borgen



SDG 15 gaat over bescherming, herstel en duurzaam beheer van het leven op het land in al zijn vormen. Bescherming en herstel van ecosystemen en biodiversiteit kunnen de weerbaarheid tegen toenemende bevolkingsdruk, intensivering van landgebruik en klimaatverandering versterken.

Bescherm, herstel en bevorder het duurzaam gebruik van ecosystemen op het vasteland, beheer bossen en wouden duurzaam, bestrijd woestijnvorming, stop landdegradatie en draai het terug en roep het verlies aan biodiversiteit een halt toe

Onze opdrachtgevers

- Visit Wadden
- Natuurmonumenten



Het ervaren van onveiligheid kan een grote impact hebben op het persoonlijke leven en heeft effect op de welvaart. Doeltreffende, verantwoordelijke en transparante instituties zijn essentieel voor het ontwikkelen en behouden van die welvaart.

Bevorder vreedzame en inclusieve samenlevingen met het oog op duurzame ontwikkeling, verzeker toegang tot justitie voor iedereen en bouw op alle niveaus doeltreffende, verantwoordelijke en toegankelijke instellingen uit

Onze opdrachtgevers

- Cyber Security Noord
- Hacksclusive
- Politie
- Privacy1
- RIEC Noord



Internationale samenwerking is nodig om de capaciteit en middelen te versterken om de duurzame ontwikkelingsagenda uit te voeren. Het realiseren van de doelen vereist samenhangend beleid, een coöperatieve omgeving en het aangaan van nieuwe mondiale partnerschappen.

Versterk de implementatiemiddelen en revitaliseer het wereldwijd partnerschap voor duurzame ontwikkeling

Onze opdrachtgevers

- Bedrijvenvereniging WEST
- Bedrijvenvereniging ZO
- Groninger Ondernemers Courant
- Groningen City Club
- Ondernemersfonds Groningen
- Stichting YES

IMPACT DOELEN



“BUENAPARTE VOELDE FEILLOOS AAN WAT WIJ BEDOELDEN MET WOORDEN ALS EIGENZINNIG EN RAUW. ZE HIELPEN ONS IN EEN KORTE TIJD AAN EEN FANTASTISCHE CAMPAGNE, WAAR WE VEEL COMPLIMENTEN OVER KREGEN!

Wendy Oude Veldhuis
Projectleider Visit Wadden

IMPACTDOELEN

Waar we wel in willen groeien? Impact. We willen de impact niet vergroten door te groeien in mensen of omzet, maar door de keuzes die we zelf maken en de keuzes in opdrachten en opdrachtgevers. We willen ons komende tijd focussen op opdrachtgevers met een groter bereik, grotere missies en urgente doelstellingen. Op deze manier kunnen wij met onze kennis en kunde bijdragen aan een grotere impact: op meer mensen en een grotere omgeving. Juist door klein te blijven maar groot te denken.

**“WERKEN MET MENSEN WAAR JE MEE
KLIKT IS ENORM BELANGRIJK VOOR DE
KWALITEIT VAN JE PRODUCT. DAT IS VOOR
VOOR ONS DE GROOTSTE MOTIVATIE OM
MET BUENAPARTE SAMEN TE WERKEN.**

John Witteman
Buenapartner BLKSM

Door klein te blijven maar groot te denken.

- Co2-neutraal naar onze klanten afreizen (per fiets, te paard of elektrisch)
- Meer impact maken door nog meer te werken aan impactvollere projecten en opdrachtgevers waarbij 100% van onze opdrachtgevers missiegedreven is.
- Een specifiek aantal uren toewijzen aan vrijwilligerswerk en eigen impactinitiatieven.
- Stimuleren van bedrijven om hufferproof of B Corp te worden en dit in hun bedrijfsvoering te integreren.
- Bewustzijn en toepassing van SDG's in onze dagelijkse bedrijfsactiviteiten verder uitbreiden.

JA
EN?



CONCLUSIE?

Dit was 'm! Ons Impact Report van 2023. We hebben mooie stappen kunnen zetten in 2023. We zijn begonnen met het B Impact Assessment, we hebben voor het eerst een Impact Report gemaakt, onze Buenabile werd geboren én we zijn echt bewust bezig om nog meer dan ooit onze verantwoordelijkheid te nemen.

We zijn ooit begonnen met onze hufferproof communicatie. We hopen dat we steeds meer bedrijven kunnen inspireren om ook deze keuze te maken. Door in onze Theory of Change het hele routeplan hiervoor uit te schrijven, kunnen we daar in 2024 verder mee aan de slag.

We zijn ontzettend blij met al onze opdrachtgevers en Buenapartners die bewust de keuze maken voor ons, vanwege ons statement hierover. Naast ons hufferproof beleid hebben we vorig jaar ook besloten dat nieuwe opdrachtgevers moeten bijdragen aan tenminste één van de SDG's. Op deze manier kunnen wij samen met onze opdrachtgevers nóg meer impact maken.

Naast onze opdrachtgevers en Buenapartners barst ons eigen fijne team ook van de motivatie. We zijn met een fijne club collega's die allemaal bewust hebben gekozen voor Buenaparte om de manier waarop hier gewerkt wordt. Samen zijn we dagelijks bezig om een positieve impact te maken met onze campagnes, samenwerkingen en binnen ons team.

We hebben in 2023 dus keihard bewezen dat je succesvol kunt zijn, terwijl je wel trouw kunt blijven aan ethische normen en dat je ervoor kunt kiezen een verschil te maken.

In 2024 zetten we onze stijgende lijn door. Bij het schrijven van dit stuk hebben we de uitslag van ons B Impact Assessment, voor de B Corp-certificering nog niet ontvangen. Het einde van het begin, want dit is het startsein van nog veel meer impact, meer hufferproof communicatie en een heleboel positiviteit.

We hopen dat dit rapport jou ook heeft geïnspireerd om stappen te zetten naar een duurzamere en eerlijkere wereld, waarin geen plek meer is voor huffers.

Impact Report / mei 2024

Buenaparte
Kerklaan 68
9717 HG, Groningen
Nederland

Telefoon:
050 211 08 42
E-mail:
info@buenaparte.nl

Dit Impact Report is gedrukt op
ongebleekt FSC-gecertificeerd papier



IMPACT REPORT 2023

THINK IT. CREATE IT.

